

자판기용 구운계란 켈슐 개발로 시장 확대

◇ 취재 / 김동진 기자/차장
(dj@poultry.or.kr)

1. 머리말

최근 국내 경기 침체 현상이 지속되면서 계란의 소비감소 현상도 두드러지게 나타나고 있다. 이런 가운데에서도 사육규모 확장에 따른 사육수수 증가추세는 지속되고 있어, 장기간의 난가 하락으로 인해 농가들의 경영난은 더욱 가중되고 있는 것이 현실이다. 계란소비 감소원인은 경제사정 악화에도 원인이 있으나 난가공산업의 지지부진한 성장으로 계란 소비 증가를 이끌지 못하는 데도 원인을 찾을 수 있으며, 종종 언론지상에 오르내리는 계란에 대한 잘못된 보도내용이 소비에 큰 영향을 주기도 한다. 또한, 최근에는 먹거리의 다양화로 새로운 음식문화가 다변화되고

있어 계란의 우수성 홍보와 콜레스테롤에 대한 인식전환, 새로운 아이디어 창출에 따른 소비 활성화 방안 모색 등이 요구되고 있다.

따라서 본고는 이러한 어려운 여건 속에서도 계란소비 활성화를 최우선 목표로 가공산업에 뛰어들어 전국의 소비시장을 개척해 나가고 있는 (주)새참푸드(대표 조규성, 37)를



▲ 맥반석 계란은 물론 자판기용 구운란 켈슐 개발로 계란소비를 늘려가고 있는 조규성 사장

찾아 계란소비 활성화 방안을 들어보았다.

그동안 업계에서는 계란소비 활성화를 위해 계란 요구르트, 계란 장조림, 염지란, 난유 등 고부가가치의 계란 시장을 공략하기 위한 노력이 이어지고 있지만, 과도한 투자비 부담과 소비자 공략 부족 등으로 큰 실효를 보지 못하고 있는 실정이다.

2. 구운란 소비증가 추세

현재 전국의 구운란(맥반석, 훈제란 등)은 1일 150만개가 시중에 유통되고 있는 것으로 나타났다. 국내 소비량이 1일 약 3천만개가 소비되고 있는 것을 볼때 이는 전체 소비량의 5%를 차지하는 물량으로 과거에 비해 큰 성장을 보이고 있다. 주로 판매되는 곳은 사우나 시설, 휴게소 및 상점 등이다.

조사장은 11년 동안 계란소비 창출을 위해 구운란에 대해 지속적인 연구를 해오고 있다. 조사장이 계란과 인연을 맺게 된것은 어렸을 때 할아버지께서 가끔 계란을 구워주어 맛있게 먹었던 기억이 있으며, 고향인 충남 서천의 인근 양계장에서 여름철 판매되지 않은 계란을 땅에 버리는 것을 본 이후 계란소비 방안에 대해 관심을 갖게 되었다.

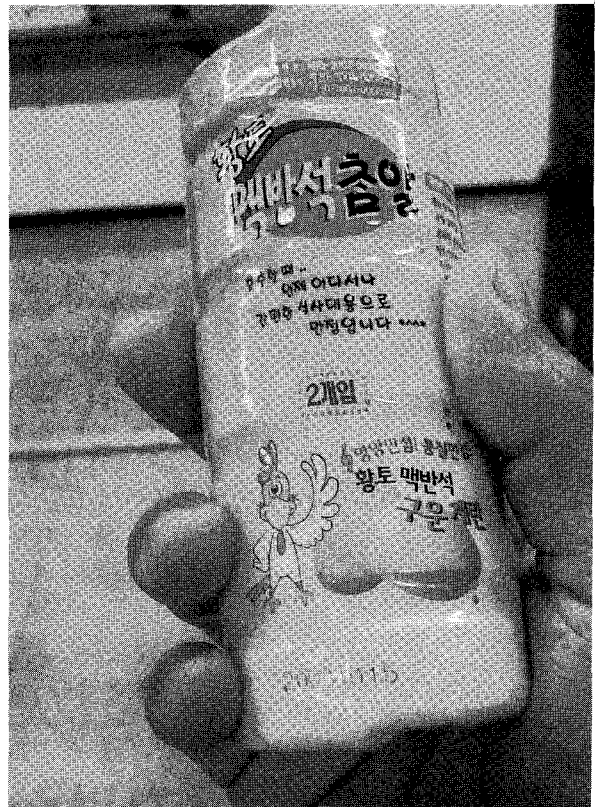
조사장은 돈을 벌기 위해 대학진학을 포기하고 곧바로 사회에 진출한 후 음료수 대리점을 하면서 영업에 대한 노하우를 쌓았고, 계란에 대한 소비활성화를 위해 평소에 꿈꿔왔던 구운란(특히, 맥반석 계란) 업계에 진출하게 되었다.

조사장은 이미 지난 1997년 맥반석 계란에 대한 특허를 획득하고 계란소비 창출을 이끌

어은 장본인이다. 당시 제품 개발을 위해 50여 만개의 계란을 버릴 정도로 많은 시행착오를 겪기도 하였는데, 처음에는 계란을 구울경우 금이 가거나 깨지는 것을 방지하기 위해서 바늘로 계란에 구멍을 내어 구워보기도 하였지만 계란이 깨지고 상품성이 떨어지는 계란들이 많아 실험에 실험을 거듭하여 구운란 생산에 성공하였다.

3. 자판기용 구운란 캔솔 개발

(주)새참푸드의 조규성 사장이 개발한 것은 자판기에서 판매되는 구운란이다. 모양과 크



▲ 구운란 캔솔은 휴대가 간편하고 재활용이 가능한 포장재를 사용해 환경친화적인 제품으로 인기를 높여가고 있다.

기도 일반 캔 종류와 같아 일반 음료 자판기에 넣어 시중에 판매할 수 있다. 이 제품은 지난 2000년 9월 특허를 출원하여 5월 17일 특허권(특허번호 제10-2003-0028352호)을 획득하는 성과를 거두면서 본격적인 자판기 판매에 들어갔으며, 현재 일본 등에서도 관심을 보이면서 국제특허출원중에 있다.

(주)새참푸드는 4대의 계란가공기계를 보유하고 있으며, 현재 자판기 판매와 3개씩 망에 담아 1일 72,000개를 생산, 유통시키고 있다.

현재 캔형 구운란은 대덕연구단지내의 한국과학기술원(KAIST)과 일부 대학, 고속도로 휴게소 등에서 판매되고 있으며, 소비자들 사이에서 선풍적인 인기를 얻고 있다. 사무실도 본격적인 자판기 영업을 목적으로 경기도 하남에서 물류의 중심지인 충남 연기군으로 공장을 이전하였는데, 이제는 천안 논산간 고속

도로가 개통이 되면서 전국적인 지역망 확보에 교두보를 마련한 셈이다.

4. 소비자 인기 높아

캔형 구운란은 별도의 자판기가 필요 없이 캔을 판매하는 자판기에서는 어디서든 판매가 가능할 뿐만 아니라, 유통기한이 45일이기 때문에 식품의 신선도와 안전성면에서 유리하며, 포장이 완벽하여 깨질 염려가 없고 휴대가 간편하며, 포장지는 종이펄프로 만들어져 재활용이 가능하다는 장점을 가지고 있다.

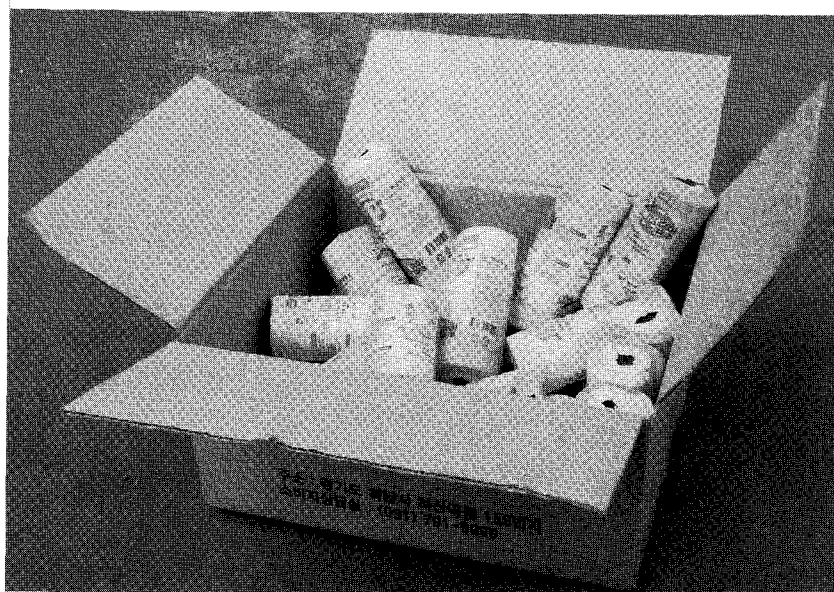
과거 계란후라이용 자판기가 출시된 적이 있으나 결국 실패로 돌아간 것은 자판기를 별도로 설치해야 하는 부담은 물론 후라이를 할 때 사람이 아닌 기계의 조작으로 완제품이 100% 나오지 못했으며, 자판기 내에서의 역

겨운 기름냄새로 소비자들에게 불쾌감을 주면서 소비를 창출해 내지 못하였다는 것이 조사장의 분석이다. 또한 탈각란과 염지란에 대해서도 우리나라 사람들은 직접 계란을 까서 소금을 찍어먹는 습관이 배어있어 계란소비를 늘리는 데는 한계가 있음을 지적하였다. 따라서 캔형 구운 계란은 롤안에 소금을 넣어주어 소비자들이 맛있게 먹을 수 있도록 하였다.



▲ 자판기내 진열되어 판매되고 있는 구운란 캔술(캔음료를 판매하는 모든 자판기에서 판매가 가능하다.)

조사장이 권장하는 자판기 판매가격은 한롤당 (계란두개) 700원인데 KAIST나 일부 대학교 등에서는 홍보차 한 롤당 500~600원에 판매가 이루어지고 있는 실정이며, 일부 대학에서는 지역에 따라 1,000원에 판매되기도 하지만 판매량은 점점 늘어나는 것으로 나타났다. 한 자판기 업체에서는 새롭게 태어난 자판기 용 계란의 판매량을 알아보기 위해 자발적으로 무



▲ 박스에 담겨진 모습이 마치 음료수 캔을 연상시키고 있다.(자판기 판매 실험에서 계란과 함께 음료수 판매도 30~40% 높아졌다는 결과가 나왔다)

료실험을 해주기도 하였는데, 그 결과 계란도 많이 팔렸지만 자판기에 있는 음료수의 판매량이 30~40%의 판매 신장을 보이면서 이 업체는 현재 구운란을 지속적으로 주문해 가고 있는 것으로 알려졌다.

KAIST 내에는 120대의 자판기가 있는데 현재 63대의 자판기에서 1일 120박스(36,000개)가 소비되고 있다. 이곳은 국비 장학생들이 많이 모여 있는 곳으로 현재 구운란을 알리기 위한 홍보차원에서 2개들이 1롤에 500원씩을 받고 있다.

5. 신선도와 맛이 생명

조사장에 의하면 지금까지 일부 구운란 판매업자들이 창고에서 오래 보관된 썩 계란 제품을 원료로 사용하다보니 오히려 맛과 신선도가 떨어져 구운란에 대한 인식을 나쁘게 만

들 수 있다며, 이제는 구운란도 신선도를 앞세우는 판매전략을 세워야 한다고 강조하였다.

(주)새참푸드는 계란소비를 높이기 위해 신선한 계란을 이용하여 그 맛을 유지시키는데 중점을두고 있다. 따라서 우선적으로 신선한 계란을 이용하되 대란, 중란을 사용한다. 대란과 중란은 구웠을 때 맛이 특란보다 월등히 좋다는 소비자들의 반응을 얻을 수 있었다.

생산과정을 보면 70~80℃의 온도로 장시간(10시간 이상)에 걸쳐 구워내는데 (주)새참푸드의 노하우가 있다면 계란을 굽기 전에 1~2일동안 계란 속에 있는 수분을 제거하는 과정을 거치는 것이다. 이 과정이 계란 제품과 맛의 신선함을 그대로 유지시키는 한 방법이라 설명하였다. 한편, 오래된 계란을 사용할 경우 맛에서도 떨어지지만 계란의 노른자가 계란외부로 치우쳐 신선하지 않은 계란이라는 인식을 소비자들에게 주기 쉬워 오히려 소비감

소 현상을 불러올 수 있기도 하다.

6. 계란소비 상승 기대

전국의 음료수 판매용 자판기 대수는 2,000년 기준으로 65만대 이상으로 조사되고 있다. 최근 판매되고 있는 자판기의 평균 구운란수는 13~15롤(26~30개) 정도이며, 이를 기준으로 전체 자판기에서 껌슬란이 판매된다고 가정할 경우 상당량의 계란소비 상승효과를 기대할 수 있으며, 일본은 물론 선진국의 계란소비량과 견줄 수 있는 수준까지 올릴 수 있을 것으로 기대를 모으고 있다.

앞으로 (주)새참푸드는 1일 배송체계가 갖춰진 한국야쿠르트의 도움을 받아 현재는 기흥휴게소에서 시험적으로 판매하고 있는 것을 고속도로 휴게소 70여군데로 판매망을 확대한다는 계획을 가지고 있으며, 지역별로 체인망을 구성하여 대리점 체제를 운영할 계획에 대해서도 신중한 검토에 들어갔다. 또한, 이 제품에 관심을 보이고 있는 국내 대기업은 물론 식품업계, 사료업계 등과도 제조, 판매에 대한 협의를 검토중에 있으며 일본의 전농에서도 이미 관심을 보이고 있는 것으로 나타났다.

조사장은 계란 소비 창출을 위해 롤포장에 덴마크식 다이어트법 등이 담긴 문구를 넣어 더욱 소비를 늘린다는 계획을 갖고 있으며, 깨지지 않고 휴대가 간편하기 때문에 군납으로도 납품할 수 있는 방안도 모색하고 있다.

7. 맺음말

국내의 계란 소비량은 1년에 국민 1인당 아

직도 200개를 넘지 못하고 있지만 가까운 일본의 경우는 350개, 미국은 250개로 큰 차이를 보이고 있다.

이처럼 계란소비량이 낮은 이유는 앞에서 지적했듯이 계란 제품의 가공란 소비가 낮기 때문이므로 이 시점에서 계란 자판기 판매가 성공을 거둘 경우 계란소비 창출을 기할 수 있을 것으로 기대를 모으고 있다.

문제는 전국적으로 계란소비 홍보가 이루어져 판매가 되어야만이 구운계란 시장이 정착될 것으로 조사장은 분석하고 있다. 시중에는 물론 다양한 구운란들이 판매되고 있다.

기존의 구운 계란은 진공포장을 해야 하는 등 손이 많이가고 원가가 높아지기 때문에 소비자들에게 비싼 가격에 공급될 수밖에 없었다.

또한 소비자들이 까지 않고 직접 먹을 수 있도록 만든 탈각란, 염지란의 경우에도 가공비가 많이 들고 의외로 찾는 고객층이 적어 소비를 이끌지 못하였다. 그러나 자판기의 구운 계란은 아이디어가 신선하고 안전하게 먹을 수 있어 한껏 기대를 부풀게 하고 있다.

문제는 물량이 늘어날 경우 제품의 안정적인 공급, 제품의 품질 유지, 서비스 등이 어느 정도 따라주는냐가 관건이다. 또한, 원자재가 30% 올라 당장 난좌재료 및 포장비 상승이 불가피한 상태이며, 현금결제가 이루어지지 않고 있는 유통업계의 실정을 볼때 시설투자에 따른 자금압박이 계란소비 활성화의 걸림돌로 작용하고 있다.

따라서 계란소비 활성화를 위해 정부나 지자체에서 운영자금(유통자금)을 지원하는 방안이 적극 검토되었으면 하는 바램이다. **양계**